

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP
PENGUNAKAN PRODUK KUR BSI OUTLET KEPAHIANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh :

**NOVEL ANDRIANI
NIM: 17631079**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
2021**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Kode Pos 39119

Website: Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Iain Curup Email : fakultassyariah&ekonomiislam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : /In.34/FS/PP.00.9/12/2021

Nama : **Novel Andriani**
NIM : **17631079**
Fakultas : **Syari'ah Dan Ekonomi Islam**
Prodi : **Perbankan Syari'ah**
Judul : **Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang**

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada :

Hari / Tanggal : **Jum'at/ 3 Desember 2021**

Pukul : **15.30 – 17.00**

Tempat : **Ruang 2 Gedung Munaqasyah FSEI IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syari'ah.

TIM PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Prof. Dr. Budi Kisworo, M.Ag.

NIP: 19550111 197603 1 002

Ahmad Danu Syaputra, M.S.I.

NIP: 19890424 201903 1 011

Penguji I

Penguji II

Ilda Hayati, Lc., MA

NIP: 19750617 200501 2 009

Andriko, M.E.Sy

NIP: 19890101 201903 1 019

Mengesahkan
Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

Dr. Yusefri, M.Ag

NIP.19700202 199803 1 007

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah, atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini berjudul “***Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang***”.

Skripsi ini disusun dalam rangka melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana atau Strata Satu (S.1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sehingga skripsi ini bukan semata-mata hasil usaha penulis sendiri. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan sumbangsih dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Rahmad Hidayat, M.Ag., M.Pd selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam (IAIN) Curup.
3. Bapak Khairul Umam Khudhori, ME.I., Ketua Prodi Perbankan Syari’ah IAIN Curup.
4. Bapak Noprizal, M.Ag., selaku pembimbing I yang telah membimbing serta mengarahkan penulis. Terima kasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Danu Syaputra, S.E.I., M.S.I., selaku pembimbing II yang telah membimbing serta mengarahkan penulis. Terima kasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dwi Sulistyawati, M.Sc. Selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah mengarahkan penulis selama masa perkuliahan. Terimakasih atas dukungan, doa, waktu dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. Segenap dosen dan karyawan IAIN Curup yang telah membantu masa perkuliahan penulis.
8. Bapak Asep Setiawan, ST., selaku *Unit Micro Head* pada Bank BSI Outlet Kepahiang yang telah memberi izin tempat penelitian.

9. Ayahku Saiful Amin (Alm) dan amakku Sri Kumala Dewi (Almh) yang telah tenang disana, yang dulu senantiasa memberiku kasih sayang, semangat, nasehat, bimbingan, dan selalu mendoakan anak-anaknya.
10. Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2017 Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
11. Almamaterku Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Tidak ada satupun yang dapat penulis berikan kepada orang-orang yang telah berjasa tersebut, selain doa dan harapan. Semoga amal kebaikan mereka dapat selalu dilimpahkan rahmat dan hidayahnya oleh Allah SWT.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Curup, Oktober 2021

Novel Andriani

NIM: 17631079

MOTTO

Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan doa karena sesungguhnya nasib seseorang manusia tidak berubah dengan sendirinya tanpa usaha.

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP PENGGUNAAN PRODUK KUR BSI OUTLET KEPAHIANG

Oleh:

Novel Andriani

NIM : 17631079

ABSTRAK

Bank syariah merupakan salah satu lembaga yang mempunyai tugas untuk memberikan pelayanan jasa dalam lintas pembayaran serta peredaran uang yang dioperasikan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam yang ada. Penelitian ini berlatarkan pada kondisi BSI outlet Kepahiang dengan tempat yang kecil tidak ada fasilitas seperti *teller*, *front office*, *costumer service*, dan *offline* tidak seperti halnya kantor BSI yang ada di Curup, akan tetapi masih banyak peminat yang menjadi nasabah di outlet tersebut.

Pada peneitian ini menggunakan metode peneitian kuantitatif. Sumber data yang diambil yaitu nasabah yang menggunakan pembiayaan KUR. Adapun rancangan penelitian ini menggunakan *Purposiv Sampling*. Populasi penelitian yaitu 100 nasabah KUR dengan sampel 30 nasabah KUR. Alat uji yang digunakan pada penelitian ini yaitu aplikasi *SPSS* sebagai alat uji statistik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang, untuk mengetahui Pengaruh Kemudahan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang, dan untuk mengetahui secara silmultan Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

Berdasarkan hasil hasil analisis uji t parsial pertama Kepercayaan (X1) nilai probabilitas sig. 0,052 > probabilitas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan Ha ditolak. Artinya ada pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y), sedangkan Kemudahan (X2) nilai probabilitas sig. 0,063 > probabilitas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan Ha ditolak. Artinya ada pengaruh Kemudahan (X2) terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y). Untuk Uji Simultan atau uji F/Anova Diketahui nilai F hitung adalah sebesar 2.875. Karena F hitung 2.875 < 3.34, dapat disimpulkan bahwa Ha diterima Dan H0 ditolak. Dengan kata lain Kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).

Kata Kunci : *Kepercayaan, Kemudahan, Penggunaan Produk KUR*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Hipotesis	8
G. Kajian Literatur	9
H. Definisi Oprasional	13
I. Metode Penelitian	15
J. Sistematika Penulisan	28
BAB II LANDASAN TEORI	29
A. Perbankan Syari'ah	29
1. Pengertian Bank Syariah	29
2. Pengertian Produk Bank Syariah	31
B. Prilaku Konsumen	34
1. Faktor External	34
2. Faktor Internal	35
C. Kepercayaan	35
D. Kemudahan	38
E. Minat Menggunakan	40

1. Faktor Internal	40
2. Faktor External	41
F. Kerangka Berfikir	44
BAB III BSI OUTLET KEPAHIANG	45
A. Sejarah Singkat.....	45
B. Visi Dan Misi PT. BSI	46
C. Nilai Utama BSI	47
D. Tujuan perusahaan BSI	47
E. Lambang Perusahaan	48
F. Struktur Organisasi	49
G. Tujuan Dan Manfaat BSI	50
H. Produk KUR BSI Outlet Kepahiang	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Responden	56
B. Hasil Penelitian	59
1. Analisis Regresi Linier Berganda	59
a. Uji Validitas	59
b. Regresi Linier Berganda	65
c. Uji Determinasi	67
d. Uji Asumsi Klasik	68
e. Uji Persial (Uji T)	74
f. Uji Simultan (Uji F/ Anova)	76
C. Pembahasan	79
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR TABEL

1.1. Skala likert	18
2.1. Kerangka Berfikir	47
4.1. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	56
4.2. Deskripsi responden berdasarkan usia	57
4.3. Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir	58
4.4. Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan.....	59
4.5. Kriteria koefisien reliabilitas Alpha Cronbach	60
4.6. Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan (X1)	61
4.7. Hasil pengujian Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X1)....	61
4.8. Hasil Pengujian Validitas Variabel Kemudahan (X2)	62
4.9. Hasil pengujian Reliabilitas Variabel Kemudahan (X2)	63
4.10.Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Menggunakan Produk Bank BSI Outlet Kepahiang (Y)	64
4.11.Hasil Pengujian Validitas terhadap Variabel Minat Menggunakan Produk Bank BSI Outlet Kepahiang (Y)	64
4.12.Regresi Linier Berganda	65
4.13.Uji Determinasi (R ²)	67
4.14. Uji Normalitas	69
4.15. Uji Multikolinieritas	70
4.16. Uji Heteroskedastisitas	72
4.17. Uji Autokorelasi	73
4.18.Uji Persial (Uji T)	74
4.19.Uji simultan (Uji F/ Anova).....	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan bisa diartikan sebagai salah satu badan usaha finansial yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan hidup masyarakat banyak.¹ Lembaga perbankan di Indonesia terdiri dari Bank Sentral, Bank Umum dan Bank Pengkreditan Rakyat mengoptimalkan usahanya melalui teknologi informasi untuk dapat bertahan dengan menang dalam persaingan di pasar global. Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka *dual-banking system* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai

¹ Otoritas Jasa Keuangan, *Perbankan Syariah*, <http://www.ojk.go.id>, diakses tanggal 12/9/2020, jam 08:11 wib.

kebersamaan dan persaudaraan daalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.²

Bank syariah adalah salah satu lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah atau hukum syariah Islam. Bank syariah merupakan salah satu lembaga yang mempunyai tugas untuk memberikan pelayanan jasa dalam lintas pembayaran serta peredaran uang yang dioperasikan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam yang ada. Penggunaan prinsip hukum Islam ini bertujuan untuk menunjang keberhasilan pembangunan nasional dalam rangka mencapai dan meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Kemajuan teknologi saat ini sangatlah pesat, di mana setiap kegiatan selalu mengadopsi kemudahan dan kecepatan teknologi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini menyebabkan munculnya aplikasi-aplikasi bisnis yang berbasis internet. Selain bisa digunakan kapan saja dan di mana saja, juga dapat langsung bisa digunakan untuk melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke bank tersebut atau ke ATM (kecuali untuk mengambil uang tunai). Dengan telah diberlakukannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat

² *Ibid.*,

lagi.³ Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan.

Bank Syariah Indonesia atau BSI merupakan penggabungan (*merger*) dari 3 bank BUMN yaitu PT.Bank BRI Syariah Tbk, PT.Bank BNI Syariah, dan PT. Bank Syariah Mandiri. dengan merger ini maka perbankan syariah di Indonesia akan menjadi lebih inovatif, lebih bermanfaat, dan lebih kuat sehingga dapat menjadi bagian dari motor pembangunan Indonesia.

PT. Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat dengan BSI merupakan perbankan syariah yang diresmikan oleh presiden Jokowi pada tanggal 01 februari 2021. Pendirian Bank Syariah Indonesia ini merupakan bagian dari upaya komitmen pemerintah dalam memajukan ekonomi syariah sebagai pilar baru kekuatan ekonomi nasional dan bersifat jangka panjang yang akan mendorong Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah Indonesia.⁴

Bank Syariah Indonesia atau BSI Outlet Kepahiang merupakan bank syariah satu-satunya yang berada di Kabupaten Kepahiang dan bersaing dengan beberapa bank konvensional milik pemerintah. Tentu hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi BSI Outlet Kepahiang untuk menarik nasabah. BSI Outlet Kepahiang saat ini di tahun 2021 memiliki jumlah keseluruhan nasabah yaitu 560 orang nasabah yang menggunakan BSI Outlet Kepahiang, dan untuk masyarakat atau nasabah yang terdaftar dalam penyaluran dana yaitu ada

³ *Ibid.*,

⁴Bank Syariah Indonesia , <http://www.bankbsi.co.id/>, diakses tanggal 24/05/2021, Jam 20:26 Wib.

sekitar 279 orang nasabah, 100 nasabah yang menggunakan pembiayaan KUR BSI Outlet Kepahiang⁵.

Kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan kepada pihak lain tersebut. Kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas nasabah, karena pada dunia perbankan kepercayaan adalah salah satu faktor yang sangat penting. Kepercayaan terhadap suatu layanan produk bank syariah akan menentukan keputusan konsumen untuk melakukan atau bertransaksi kembali menggunakan sistem ini. Kepercayaan (*trust*) sebagai derajat di mana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya didalam situasi yang berubah ubah dan beresiko. Pemerintah mengeluarkan regulasi yang disebut *Good Corporate Governance* (GCG) untuk meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

Kemudahan yang ditawarkan dari penggunaan produk bank syariah dapat menjadi faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk bank syariah tersebut. Pendekatan yang dapat digunakan untuk melihat kemudahan adalah teknologi *Technology Acceptence Model* (TAM).⁶ Pendekatan ini dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 yaitu teknologi yang digunakan untuk melihat sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi dalam hal ini khususnya perbankan seperti ATM, Mobile Banking, Internet Banking dan lain sebagainya.

⁵ Sumber dari PT. BSI Outlet Kepahiang

⁶ Maria Tika Sanjani, *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu Menggunakan Internet Banking*, Skripsi (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019), hlm.2

Pendekatan TAM dipilih karena teori ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya. TAM juga menjelaskan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan dan keperluan, serta penggunaan aktual dan penggunaan suatu sistem informasi. Selain itu, pendekatan ini juga telah digunakan oleh beberapa penelitian sebelumnya, sehingga dapat diyakini merupakan pendekatan yang valid untuk digunakan dalam suatu penelitian. Peneliti memilih BSI outlet Kepahiang berdasarkan kondisi BSI outlet Kepahiang dengan tempat yang kecil tidak ada fasilitas seperti teller, front office, customer service, dan offline tidak seperti halnya kantor BSI yang ada di Curup, akan tetapi masih banyak peminat yang menjadi nasabah di outlet tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian yaitu : **Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan KUR BSI Outlet Kepahiang.**

B. Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini dapat lebih terarah, maka penulis batasi pada Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang dalam Penyaluran Dana (*Landing*) pembiayaan KUR. Adapun dengan indikator dari Kepercayaan, Kemudahan dan Penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang ialah :

1. Indikator kepercayaan
 - a. Kemampuan
 - b. Kebaikan hati

- c. Intergrasi
 - d. Kompetensi
2. Indikator kemudahan
- a. Mudah digunakan
 - b. Mudah dipelajari
 - c. Bisa dimengerti
 - d. Daya tangkap
3. indikator minat
- a. Minat Transaksional
 - b. Minat Eksploratif
 - c. Minat Preferensial
 - d. Minat Referensial

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang?
3. Apakah kepercayaan dan kemudahan memiliki pengaruh terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.
2. Untuk mengetahui apakah kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.
3. Apakah kepercayaan dan kemudahan memiliki pengaruh terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan tentang Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang dan dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dibangku kuliah dengan praktek dilapangan.

2. Bagi Masyarakat Kabupaten Kepahiang

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam meningkatkan penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis mengenai Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi atau hubungan antara dua atau lebih konsep atau variabel (generalisasi konsep) yang harus diuji kebenarannya melalui penelitian empiris. Berdasarkan teori dan permasalahan yang ada, maka dapat dirumuskan hipotesis alternative sebagai berikut :

1. Pengujian secara simultan dapat dijelaskan sebagai berikut :

Hipotesis pengaruh perspektif kepercayaan dan kemudahan terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

Ho: Pengaruh kepercayaan dan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

Ha: Pengaruh kepercayaan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

2. Pengujian secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Hipotesis pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

Ho : pengaruh kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

Ha : Pengaruh kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

- b. Hipotesis pengaruh kemudahan terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

Ho : Pengaruh kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

Ha : Pengaruh kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

G. Kajian literatur

1. Dalam skripsi Khoirunnisa, Evani (2017) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *E-banking*, Kepercayaan (*Trust*), dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan global yang sangat ketat, sehingga setiap perusahaan atau organisasi harus bekerja bersama-sama secara optimal untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Pihak manajemen dituntut untuk menggunakan sistem manajemen yang baik dan dapat dijadikan alat untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengguna *e-banking* (X1) dan kepercayaan (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Sedangkan variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Namun pada uji F_{test} menunjukkan pengguna *e-banking*, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama sebesar 18,3% terhadap loyalitas nasabah.
2. Azizah khoirun nisa (2018) melakukan penelitian yang berjudul “pengaruh pengetahuan,kepercayaan,dan kemudahan penggunaan *e-*

banking terhadap minat bertransaksi ulang secara online dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini dilatar belakangi dengan berkembangnya secara pesat industri perbankan yang menuntut untuk memiliki keunggulan yang kompetitif yang pada akhirnya memunculkan fasilitas teknologi informasi modern yang baik dan maju. Layanan yang baik dilakukan dengan tujuan agar semakin banyaknya minat nasabah yang tertarik untuk terus menggunakan layanan maupun jasa perusahaan perbankan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif (statistik) dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara online, dengan nilai signifikansi sebesar 0,048. Variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara online, dengan nilai signifikansi sebesar 0,006. Variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara online, dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Sedangkan secara simultan pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan e-banking sama-sama berpengaruh terhadap minat bertransaksi ulang secara online, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

3. Muhamad Wahyu Ramadhan (2019) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Risiko, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah”. Sampel dalam

penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Tangerang Selatan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 18. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel independen (persepsi kepercayaan, kemudahan, risiko, dan sistem bagi hasil) dalam penelitian ini memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (penggunaan produk) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan secara parsial bahwa variabel persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk, hal tersebut telah dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk hal tersebut telah dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,305 > 0,05$, variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk hal tersebut telah dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,863 > 0,05$, dan variabel persepsi sistem bagi hasil signifikan terhadap proses pengambilan keputusan hal tersebut telah dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

4. Sindi pamungkas (2018) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile Money T-Cash* Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Iain Surakarta”. *Mobile money T-cash* adalah layanan uang elektronik dari operator Telkomsel yang berfungsi sebagai alat pembayaran melalui ponsel. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer

dan menggunakan sampel 100 responden yang mengetahui *mobile money T-Cash*, pada mahasiswa jurusan Perbankan Syariah IAIN Surakarta. penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kegunaan secara parsial berpengaruh terhadap penggunaan *mobile money T-cash*. Sedangkan kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile money T-Cash*. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kegunaan dan kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan sebesar 45,3 % sehingga sisanya 54,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

5. Wahyuningsih, Sri Ambar (2019) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan internet banking dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik sampel *puroposive sampling* yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data *nonprobability sampling*. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking, variabel

kemanfaatan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap penggunaan internet banking. Variabel risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Penelitian yang penulis ingin teliti berbeda dengan penelitian terdahulu, walaupun terdapat kesamaan.

H. Definisi Oprasional

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami dari judul penelitian ini, maka perlu ditegaskan arti dari masing-masing kata yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang untuk mengubah sesuatu yang lain.⁷

2. Perilaku Konsumen

Menurut Kotler perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.⁸

3. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya

⁷ W.J.S Poerwandarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm.849

⁸ Kotler, P. & Keller, K. L, 2008. *Manajemen Pemasaran (diterjemahkan Benjamin Molan)*. 12 ed. Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia, hlm. 166

pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan kepada pihak lain tersebut. Kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas nasabah karena pada dunia perbankan kepercayaan adalah salah satu faktor yang sangat penting. Wahyu (2019:16) mendefinisikan kepercayaan (*trust*) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.⁹

4. Kemudahan

Kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak perlu bersusah payah menggunakan sistem tersebut, dengan adanya kemudahan dapat memperlancar sesuatu yang diinginkan.

5. Minat Penggunaan

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai kesukaan atau kecenderungan hati terhadap sesuatu, perhatian, atau keinginan. Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan.¹⁰

6. Produk-produk Bank Syariah

Secara garis besar jenis kegiatan usaha bank syariah dapat dibagi ke dalam

⁹ Muhamad Wahyu Rahmadhan, *Penaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Risiko, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah*, Skripsi: (Jakarta, 2019), hlm. 17

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 24

tiga kategori utama yaitu penghimpunan dana (*funding*), pelayanan jasa, dan penyaluran dana (*lending*).¹¹

- a. Penghimpunan Dana (*funding*)
- b. Pelayanan Jasa
- c. Penyaluran Dana (*lending*)

I. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian survey. penelitian Survey merupakan yang bersifat kuantitatif yang digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu.¹² Pada umumnya survey menggunakan kuesioner sebagai alat pengambil data. Penelitian ini dilakukan untuk melihat Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari kemudian ditarik kesimpulannya.¹³ Populasi didefinisikan sebagai suatu keseluruhan

¹¹ *Ibid.*, hlm. 26

¹² Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.), hlm 35.

¹³ Bambang Surdayana, *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: 2017), hlm. 40.

pengamatan atau objek yang menjadi perhatian kita, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi perhatian kita. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 100 orang nasabah yang terkait dalam Penyaluran Dana (*landing*) pada KUR BSI Outlet Kepahiang

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling*.¹⁴Metode *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 30 orang saja yang merupakan nasabah KUR BSI Outlet Kepahiang.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber asli atau responden. Data primer harus digali sendiri oleh peneliti dengan langsung melibatkan responden yang sudah ditentukan. Untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan menyebar kuesioner.¹⁵ Dalam mendapatkan data tersebut, peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan yang berkaitan dengan

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 44

¹⁵ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm 129.

kepercayaan dan kemudahan terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yang menggunakan media perantara untuk memperoleh data tersebut peneliti perlu mencari dan mengumpulkannya. ¹⁶Data sekunder dalam penelitian ini yaitu buku-buku referensi, literature dan artikel yang berhubungan permasalahan peneliti.

4. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.¹⁷ Penentuan variabel penelitian yang dapat diukur dan perumusan hubungan antar variabel adalah dua langkah yang sangat penting. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (*independen variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain, yang umumnya berada dalam urutan tata waktu yang lebih dulu. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel "X". Variabel bebas pada penelitian ini adalah Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Penggunaan produk KUR BSI Outlet. Dimana symbol X1 adalah kepercayaan dan simbol X2 adalah kemudahan.

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 124

¹⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), hlm. 128

- b. Variabel terikat (*dependen variable*) merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel “Y”.¹⁸ Variabel terikat pada penelitian ini adalah Penggunaan produk KUR BSI Outlet.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang valid maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, buku harian, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan objek penelitian .

- b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun beberapa pertanyaan tertulis kepada responden. Teknik mengumpulkan data dengan kuesioner sangat efektif apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang dapat diharapkan responden. Kuesioner yang akan disebar kepada responden didalamnya menggunakan skala likert. Skala likert merupakan alat yang digunakan untuk menghitung pendapat responden tentang kejadian.

¹⁸ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 57

Tabel 1.1
Skala Likert

Jawaban responden	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Cukup setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2014:137)

Persentase skor ideal seluruh item kuesioner atau angket :

$$= \text{Jumlah kuesioner} \times \text{skor angket}$$

$$\text{Persentase skor kuesioner atau angket} = \frac{\text{Jumlah skor hasil kuesioner}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Responden hanya perlu memberi tanda \surd (Centang) pada kotak pilihan pada pertanyaan yang dianggap paling sesuai dengan keinginannya. Kuesioner ini merupakan alat paling utama dalam penggalan data yang dilakukan dalam penelitian ini. Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan cara manual dengan menggunakan kuesioner yang telah dicetak dan diserahkan langsung oleh peneliti kepada responden.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh

responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi obyek yang teliti. Dalam uji ini di gunakan SPSS (*Statistical roduct And Service Solutions*).¹⁹Versi 22. Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor myang ingin diukur yanitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson*. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas adalah:

- 1) Jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika r_{hitung} tidak positif serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Penguji reliabilitas instrument dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *tes retest aquivalent* dan gabungan keduanya secara internal reliabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu. Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunkan maka dilakukan analisis

¹⁹Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media). Hlm 77

reliabilitas berdasarkan Koefisien *Alfa cronbach*.²⁰ Koefisien *Alfa cronbach* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator yang dapat diterima apabila koefisien alfa diatas 0,60. Maka dikatakan reliable dan dibawah 0.60 berarti tidak reliable.

c. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk menguji data tentang pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu kepercayaan dan kemudahan dengan variabel terikat (Y) yaitu penggunaan prduk KUR BSI Outlet Kepahiang.

²¹Dalam hal ini menggunakan rumus :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y = Minat Prduk KUR BSI Outlet

B₀ = Konstanta

β₁ = Standar koefisien regresi linier dari kepercayaan

β₂ = Standar koefisien regresi linier dari kemudahan

X₁ = Kepercayaan

X₂ = Kemudahan

d. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2017: 33) apabila asumsi klasik terpenuhi maka estimasi regresi dengan ordinary least square (OLS) akan BLUE (*Best*

²⁰ Riduwan & Akdon, *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Stastistik*, (Bandung: ALFABETA, 2008), hlm. 56.

²¹ *Ibid.*, hlm.58

Linear Unbiased Estimator), artinya pengambilan keputusan melalui Uji F dan Uji T tidak boleh bias.²²

Dalam penelitian terdapat beberapa uji asumsi klasik diantara lain yaitu :

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak.

Untuk mengetahui apakah data penelitian memiliki distribusi yang normal atau tidak melalui uji Kolmogrov-Smirnov yaitu berdasarkan asumsi berikut:

- a) Data dikatakan berdistribusi normal apabila pada hasil uji KolmogrovSmirnov terhadap nilai residual dari analisis regresi linier berganda, dihasilkan nilai signifikansi yang besarnya $> 0,05$.
- b) Data dikatakan tidak berdistribusi normal apabila pada hasil uji KolmogrovSmirnov terhadap nilai residual dari analisis regresi linier berganda, dihasilkan nilai signifikansi yang besarnya $< 0,05$.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini ditujukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya berhubungan secara linier atau saling berkorelasi. Model regresi dinyatakan memenuhi

²² Ghozali, I. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2017). Hlm. 33

kriteria BLUE (Best Linier Unbiased Estimator) apabila tidak terdapat multikolinieritas. Multikolinieritas dapat diketahui melalui beberapa pengujian salah satunya yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menghitung nilai VIF dan Tolerance dari masing-masing variabel bebas. Untuk mengetahui apakah pada data penelitian mengandung multikolinieritas atau tidak, dapat didasarkan pada asumsi berikut:

- a) Apabila nilai $VIF > 10$ dan nilai $Tolerance < 0.1$, maka data dapat dikatakan mengandung multikolinieritas.
- b) Apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0.1$, maka data dapat dikatakan tidak mengandung multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskeastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisita.

Untuk mengetahui apakah pada data mengandung heteroskedastisitas atau tidak, dapat didasarkan pada asumsi berikut:

- a) Apabila dari hasil uji gletser ditemukan bahwa nilai signifikansi dari variable independen terhadap nilai absolut residual $<$ taraf signifikan yang ditentukan (0,05), maka data dapat dikatakan mengandung heteroskedasitisitas .
- b) Apabila dari hasil uji gletser ditemukan bahwa nilai signifikansi dari variable independen terhadap nilai absolut residual $>$ taraf signifikan yang ditentukan (0,05), maka data yang digunakan dalam penelitian dapat dikatakan tidak mengandung heteroskedasitisitas.

4) Uji Auto Korelasi

Uji Autokorelasi merupakan sebuah analisis statistic yang dilakukan untuk mengetahui adakah kolerasi variabel yang ada dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Uji Autokorelasi di dalam model regresi linier harus dilakukan apabila data merupakan data time series atau runtut waktu.

Metode pengujian yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah uji autokorelasi dengan uji durbin-watson (uji DW) dengan ketemtuan atau dasar pengambilan keputusan sebagian berikut.

- a) Jika d (durbin watson) lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.

b) Jika d (durbin watson) terletak antara d_U dan $(4-d_U)$ maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

c) Jika d (durbin watson) terletak antara d_L dan d_U atau diantara $(4-d_U)$ dan $(4-d_L)$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti

e. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi ini dilakukan untuk mengetahui berapa besar pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang, maka digunakan Uji Determinasi, yaitu dengan cara menghitung koefisien determinasi (R^2).²³ Nilai koefisien determinasi untuk variabel bebas lebih dari 2 digunakan nilai *adjusted R square*.

f. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji ini bertujuan untuk membuktikan apakah hipotesis yang ditetapkan diterima atau ditolak. Untuk menentukan apakah terdapat pengaruh atau tidak pada kepercayaan dan kemudahan terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang. Analisis ini menggunakan SPSS 22.²⁴ Setelah konsep variabelitas dapat kita pahami, maka langkah selanjutnya adalah menghitung dan mencari variabilitas-variabilitas tersebut. maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F atau Anova).

²³ *Ibid.*, hlm. 44

²⁴ *Ibid.*, hlm. 54

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Formula hipotesis :

$H_0 : b_i = 0$, artinya variabel bebas bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel terikat;

$H_a : b_i \neq 0$, artinya variabel bebas merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel terikat.

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Caranya dengan menggunakan pengujian terhadap koefisien regresi setiap variabel bebas dengan menggunakan uji t. Dengan *level of significant* 95% atau $\alpha = 0,05$, maka kriteria pengujian sebagai berikut :

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

- a) Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara

parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2) Uji simultan (Uji F/Anova)

Uji F (Anova) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (kepercayaan dan kemudahan) secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang). Dengan tingkat keyakinan 95% atau $\alpha = 0,05$, maka kriteria pengujian sebagai berikut :

- a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti bahwa kepercayaan (X_1) dan kemudahan (X_2) secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y)
- b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti bahwa semangat kerja (X_1) dan disiplin kerja (X_2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).

J. Sistematika Penulisan

Dalam menghasilkan tulisan yang baik, maka pembahasan harus diuraikan secara sistematis, untuk mempermudah penulisan yang teratur yang terbagi dalam bab-bab yang saling berkaitan satu sama lain. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah:

BAB I : Bab pendahuluan yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, definisi operasional, kajian literatur, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Bab teori yang menyajikan pembahasan teori yang menguraikan hal-hal yang berisi tentang mengenai pengertian pengaruh, pengertian pengertian kepercayaan, pengertian kemudahan dan pengertian produk KUR BSI Outlet.

BAB III : Bab tentang KUR BSI Outlet yang berisikan sejarah KUR BSI Outlet, keadaan umum KUR BSI Outlet, visi dan misi KUR BSI Outlet, stuktur organisasi KUR BSI Outlet dan fungsi dan manfaat KUR BSI Kepahiang.

BAB IV: Bab Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet kepahiang yang membahas tentang data yang di peroleh mengenai Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang

BAB V : Bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perbankan Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No.10 Tahun 1998 tentang perbankan, Bank adalah, “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”²⁵. Sedangkan Tabungan adalah Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dipersamakan dengan itu.

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)²⁶. Pengertian lain mengenai bank syariah yakni bank yang dalam aktivitasnya, baik dalam penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan

²⁵ Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta:2014)

²⁶ *Ibid.*, hlm. 27

mengenenakan imbalan atas dasar prinsip syariah²⁷.

2. Karakteristik Bank Syariah

Bank syariah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan. Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah²⁸:

- 1) Penghapusan riba
- 2) Pelayanan kepada kepentingan publik dan mereliasasikan sasaran sosio-ekonomi.
- 3) Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi.
- 4) Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal, karena bank komersial syariah menerapkan profit and loss sharing dalam konsinyasi, ventura, bisnis, atau industri.
- 5) Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah
- 6) Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen pasar uang antar bank syariah dan instrumen bank sentral berbasis syariah.

3. Perbankan Syariah di Indonesia

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam

²⁷ Ahmad Rodoni, *Lembaga Keuangan Syariah*. Yayasan Obor Indonesia. (Jakarta:2008), hlm. 23

²⁸ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta:2010), hlm. 24

kerangka dual-banking sistem atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.²⁹

Data OJK pada Januari 2021 menggambarkan bahwa saat ini ada 34 pelaku usaha perbankan syariah di Indonesia. Terdiri dari 14 Bank Umum Syariah (BUS) dan 20 Unit Usaha Syariah (UUS) serta 163 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Dari jumlah 20 UUS itu 7 diantaranya berasal dari bank umum swasta nasional termasuk UUS Bank Permata, BTN, Cimb Niaga, Maybank, OCBC NISP, Sinar Mas dan Danamon. UUS ini merupakan unit usaha syariah dengan kontribusi besar bagi perbankan syariah. Selain itu 13 UUS berasal dari bank daerah.³⁰ Awal Tahun 2021 pada bulan Februari muncul BSI (Bank Syariah Indonesia) hasil dari merger 3 Bank Syariah, yaitu BNI Syariah, BSM, dan BRI Syariah. Adapun daftar Bank Umum Syariah di Indonesia saat ini antara lain :

- 1) BCA Syariah
- 2) Bank Jabar Banten Syariah

²⁹ <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>

³⁰ Ibid

- 3) BSI
- 4) Bank Maybank Syariah Indonesia
- 5) Bank Muamalat Indonesia
- 6) Bank Panin Dubai SYariah
- 7) Bank Syariah Bukopin
- 8) Bank Victoria Syariah
- 9) BTN Syariah
- 10) Bank Aceh Syariah
- 11) Bank BPD NTB Syariah

4. Produk Bank Syariah

Dalam bisnis, produk adalah barang atau jasa yang dapat di perjual belikan. Sedangkan dalam marketing, produk yaitu sesuatu yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah kebutuhan atau keinginan. Prduk perbankan harus memperharikan sistem prosedur, dan layanan yang disesuaikan dengan keinginan nasabah, adanya jaminan dari bank, dan dukungan teknlgi serta peralatan yang memadai. Adapun produk dalam perbankan atau bank syariah meliputi :³¹

a. Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan

³¹ Otoritas Jasa Keuangan , *Perbankan Syariah*, <http://www.ojk.go.id> , tanggal 01/06/2021, jam 12:09 wib.

dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadi'ah dan mudharabah.

1) Prinsip wadi'ah

Prinsip wadiah yang diterapkan adalah wadiah yad dhamana yang diterapkan pada produk rekening giro. Wadiah dhamanah berbeda dengan wadiah amanah. Dalam wadiah amanah, prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sedangkan dalam hal wadiah yad dhomanah, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas kebutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

2) Prinsip Mudharabah

Dalam prinsip mudharabah, penyimpan atau deposan bertindak sebagai shahibul al-mal (pemilik modal) dan bank sebagai mudharib (pengelola). Prinsip mudharabah ini diaplikasikan pada produk tabungan berjangka dari deposito berjangka. Prinsip mudharabah terbagi menjadi dua yaitu:

- a) Mudharabah mutlaqah, yaitu tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Nasabah tidak memberikan persyaratan apapun kepada pihak bank
- b) Mudharabah muqayyadah, jenis mudharabah ini merupakan simpanan khusus (Restricted Investment) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh

pihak bank. Misalnya disyaratkan digunakan untuk bisnis tertentu, atau digunakan dengan akad tertentu, atau digunakan untuk nasabah tertentu.

b. Pelayanan Jasa

Selain menjalankan transaksi untuk mencari keuntungan, bank syariah juga melakukan transaksi yang tidak untuk mencari keuntungan. Transaksi ini tercakup dalam jasa pelayanan (*fee based income*). Yang termasuk dalam jasa keuangan meliputi wakalah (pelimpahan kekuasaan kepada bank untuk bertindak mewakili nasabah), *kafalah* (jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung), *hawalah* (pengalihan utang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya), *rahn* (menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya), *qardh* (pemberian harta kepada orang lain yang dapat diminta kembali)³²

c. Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dana kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi dalam tiga kategori yang dibedakan berdasar tujuan penggunaannya yaitu:³³

1) Transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna

³² *Ibid.*,

³³ *Ibid.*,

mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil. Produk yang didasarkan bagi hasil adalah musharakah dan mudarabah.

- 2) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa.
- 3) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli. Transaksi jual beli dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barang yakni pembiayaan Murabahah, Salam dan Istisna.

B. Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat diperoleh dari lingkungan.³⁴ Secara sederhana perilaku konsumen dapat dipahami sebagai kecenderungan konsumen untuk memilih barang atau jasa tertentu sesuai dengan karakter konsumen tersebut. Terdapat dua factor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu factor eksternal dan factor internal. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen :

1. Faktor eksternal

³⁴ Kotler, Philip dan Kevin lane kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Ke Tigabelas Jilid1*. Erlangga, (Jakarta,2009), hlm.166.

Terdapat empat faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu ekonomi, teknologi, kondisi politik, dan budaya.

- 1) Ekonomi, ekonomi dapat mempengaruhi daya beli, prioritas pembelian, dan lain sebagainya.
- 2) Teknologi, teknologi akan mempengaruhi konsumen dalam mengadopsi produk atau jasa
- 3) Kondisi politik, kondisi politik akan mempengaruhi ke dalam pola konsumsi, seperti produk siapa yang membuat, siapa yang mengkonsumsi, mauka sekelompok orang mengkonsumsi produk yang dibuat oleh golongan tertentu, dan lain sebagainya.
- 4) Budaya, kebiasaan yang berlaku di suatu Negara atau suatu wilayah memberikan pengaruh dalam mengkonsumsi atau mengadopsi suatu produk.

2. Faktor internal

faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah budaya, social, pribadi, dan psikologis³⁵.

- a. budaya; yaitu budaya yang melekat pada dirinya seperti subbudaya (suku dan etnis) dan kelas sosial.
- b. Sosial; termasuk didalamnya grup rujukan (teman, kelompok, dan komunitas) serta keluarga dan status keluarga.

³⁵ Kotler, Philip dan Kevin lane kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Ke Tigabelas Jilid1*. Erlangga, (Jakarta,2009), hlm. 214.

- c. Personal; yaitu umur, kedudukan dimasyarakat, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri.
- d. Psikologi; berupa motivasi, persepsi, belajar (mencari pengetahuan), kepercayaan (keyakinan), dan sikap.

C. Variabel Penelitian

1. Kepercayaan

Ketika konsumen mempercayai sebuah perusahaan, mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi yang berharga kepada perusahaan tersebut³⁶. Kepercayaan (*trust*) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Kepercayaan ini tidak bisa dibentuk dan diakui secara instan, tetapi harus dibangun dari awal secara komprehensif dan simultan sehingga kemungkinan loyalitas konsumen bisa didapatkan.

Kepercayaan antar pribadi (*interpersonal trust*) atau *trusting beliefs* merupakan atribut persepsi pihak yang memberikan kepercayaan (*trustor*) bahwa pihak yang diberi kepercayaan (*trustee*) memiliki karakteristik yang

³⁶ Prasaranphanich, *Prilaku Konsumen, Analisis Model Kepuasan*. Universitas Atma Jaya. (Yogyakarta:2007). Hlm. 78

menguntungkan untuk trustor.³⁷ Kepercayaan berbasis pengetahuan (knowledge based trust) adalah sebuah trusting beliefs, dan sering didefinisikan sebagai keyakinan individu dalam mempercayai orang lain yang ditentukan oleh persepsi dalam kecakapan (ability) kebajikan atau perbuatan baik (benevolence), kompetensi (competency) dan integritas (integrity) mereka. Kepercayaan ini tidak bisa dibentuk dan diakui secara instan, tetapi harus dibangun dari awal secara komprehensif dan simultan sehingga kemungkinan loyalitas konsumen bisa didapatkan. Adapun indikator kepercayaan, ialah:³⁸

- 1) *Ability* (kemampuan), kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik.
- 2) *Benevolence* (kebaikan hati), kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen.
- 3) *Integrity* (integritas), integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya.
- 4) *competence* (kompetensi) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut.

³⁷ Muhamad Wahyu Rahmadhan, *penaruh persepsi kepercayaan, kemudahan, risiko, dan sistem bagi hasil terhadap minat menggunakan produk bank syariah*, skripsi: (Jakarta, 2019), hlm. 89

³⁸ Prasaranphanich, *Prilaku Konsumen, Analisis Model Kepuasan*. Universitas Atma Jaya. (Yogyakarta:2007), hlm. 34

Keyakinan kepercayaan pada seseorang dalam persepsi bahwa orang tersebut baik, kompeten, jujur, atau diprediksi dalam situasi. Dalam studi kepercayaan awal, kesediaan bergantung sering digambarkan sebagai niat kepercayaan. Kepercayaan dari niat kepercayaan, tetapi fokus pada aspek keyakinan kepercayaan. Fokus ini sangat tepat dalam konteks setelah penggunaan, di mana kepercayaan pengguna berdasarkan pengetahuan pengalaman teknologi.

Keyakinan kepercayaan pada teknologi tertentu tercermin dalam tiga keyakinan: fungsi (*funcionality*), membantu (*helpfulness*), dan keandalan (*reliability*).³⁹

1) Fungsi (*funcionality*)

Mengacgu pada seseorang mengharapkan teknologi untuk memiliki kapasitas atau kemampuan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diperlukan.

2) Membantu (*helpfulness*)

Diluar perantara moral dan kemauan dan mengacu pada fitur itu sendiri-fungsi dukungan teknologi, yaitu, apakah itu memadai dan responsif.

3) Keandalan (*reliability*)

Menunjukkan seseorang mengharapkan teknologi untuk bekerja secara konsisten dan dapat diprediksi. Istilah terpercaya (yaitu, tanpa gangguan atau *down time*) dapat lebih sering digunakan pada teknologi dari istilah

³⁹ *Ibid.*, hlm. 36

diprediksi atau konsisten.

Oleh karena itu, kepercayaan atas kehandalan teknologi tertentu mengacu pada keyakinan bahwa teknologi secara konsisten akan beroperasi dengan baik. Ketiga keyakinan tersebut mencerminkan esensi dari kepercayaan teknologi tertentu karena mereka mewakili pengetahuan bahwa pengguna telah berkembang untuk berinteraksi dengan teknologi dalam konteks yang berbeda.

2. Kemudahan

Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) juga di definisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Konstruk ini juga merupakan suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya⁴⁰.

Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja manual. Pengguna dapat merasakan bahwa ia tidak memerlukan usaha keras ketika menggunakan

⁴⁰ Jogyanto, *Sistem Informasi Keprilakuan*. (Yogyakarta:2007), hlm. 65

sistem tersebut atau dengan kata lain sistem tersebut mudah dioperasikan.

Berikut ini, beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi meliputi.

- 1) *Easy to Use* atau mudah digunakan, yaitu memberikan kemudahan terhadap nasabah dalam menggunakan produk bank itu sendiri.
- 2) *Easy to Learn* atau mudah dipelajari, yaitu memudahkan nasabah bagaimana menggunakan produk bank yang ada.
- 3) *Understandable* atau bisa dimengerti, yaitu layanan ataupun penjelasan yang disampaikan oleh bank kepada nasabah dapat dimengerti oleh nasabah itu sendiri.
- 4) *Responsiveness* atau daya tangkap, yaitu daya tangkap yang cepat oleh karyawan bank dalam merespon nasabah dalam menyampaikan suatu hal misalnya keluhan dan lain sebagainya.

Konsep tersebut menerangkan kemudahan penggunaan teknologi bagi penggunanya, yaitu mudah dipelajari, mudah dikendalikan oleh pengguna, penggunaannya fleksibel, dapat meningkatkan keterampilan pengguna, serta mudah untuk digunakan.

3. Minat Penggunaan

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, minat dapat diartikan sebagai kesukaan atau kecenderungan hati terhadap sesuatu, perhatian, atau

keinginan⁴¹. Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada obyek tersebut.

Minat penggunaan merupakan suatu keinginan seseorang untuk tetap menggunakan suatu barang. Seorang individu apabila menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya maka di saat itulah dia akan berminat untuk menggunakannya lagi dan akan mendatangkan kepuasan. Menurut Djamarah minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dan rasa senang⁴². Slaemet mendefinisikan minat adalah suatu rasa lebih suka dan tertarik pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh⁴³. Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan ktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang dikarenakan hal tersebut datang dari dalam diri seseorang yang didasarkan rasa suka dan tidak ada paksaan dari pihak luar. Dengan kata lain, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memaksa. Faktor-faktor yang menimbulkan minat menurut:

⁴¹ Kamus besar bahasa indonesia, <http://kbbi.web.id/minat.html>, tanggal 14/06/2021, Jam 11:11 Wib.

⁴² Djamarah, *Psikologi Belajar*. (Jakarta:2008), hlm. 132.

⁴³ Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. (Jakarta:2010), hlm. 180.

a. Faktor Interenal

Dorongan dari dalam individu artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, juga dorongan rasa ingintahu.

- 1) Motif sosial artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungannya atau aktifitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan penghargaan.
- 2) Faktor emosional artinya minat erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

b. Faktor Eksteren

- 1) Status ekonomi
- 2) Pendidikan
- 3) Situasional (Orang dan Lingkungan)
- 4) Keadaan psikis

Dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi minat terdapat pada faktor interen dari dorongan individu dan faktor eksteren dari status ekonomi. Faktor interen dari dorongan individu terdiri dari persepsi, keyakinan atau kepercayaan, harapan pribadi, kebutuhan, rasa senang atau tidak senang dan kepuasan. Apabila status ekonomi membaik, orang cenderung memperluas

minat mereka untuk mencakup hal yang semula belum mampu mereka laksanakan. Sebaliknya kalau status ekonomi mengalami kemunduran karena tanggung jawab keluarga atau usaha yang kurang maju, maka orang cenderung untuk mempersempit minat mereka. Disini status ekonomi diukur dari pendapatan. Individu dapat dikatakan menaruh minat terhadap suatu objek ditandai oleh sebagai berikut:

- 1) Kecenderungan untuk memikirkan objek yang diminati
- 2) Keinginan untuk memperhatikan objek yang diminati
- 3) Rasa senang terhadap objek yang diminati
- 4) Keinginan untuk mengetahui atau mengikuti objek yang diminati

Indikator minat ada 3 yaitu:

- 1) Ketertarikan terhadap produk-produk yang ditawarkan
- 2) Ketersediaan produk
- 3) Kemudahan dalam menggunakan

Motif belanja yang terkait dengan pilihan media interaksi terasa seperti *social*, *browsing* dan situs perbandingan, demikian motif yang berbeda memungkinkan pembeli untuk mengubah perilaku pembelian mereka serta memilih media yang tepat. Minat dapat muncul sebelum maupun setelah seseorang memiliki pengalaman langsung pada suatu aktivitas. Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa minat membeli adalah perhatian dan aktivitas seseorang terhadap suatu produk karena merasa tertarik dan

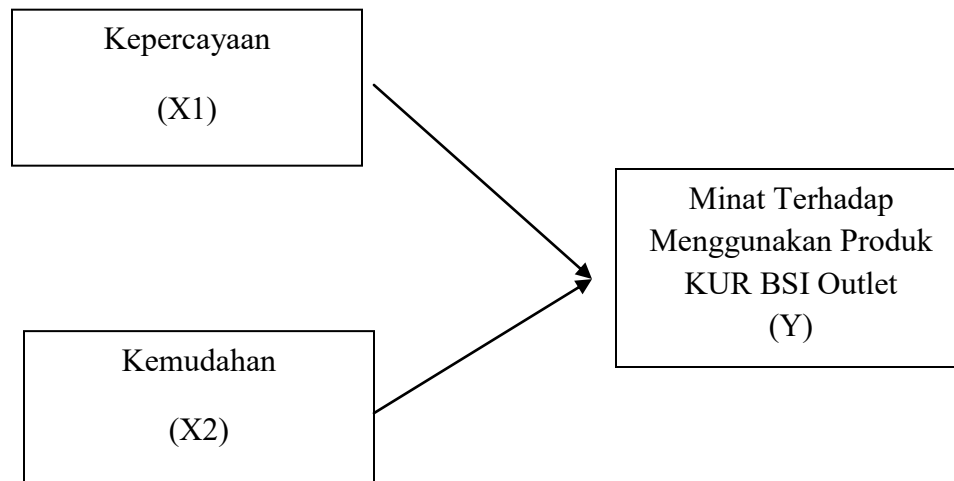
memiliki keinginan untuk mengeluarkan uang untuk membeli produk tersebut. Minat beli dapat di identifikasikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli produk
- 2) Minat eferensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang iminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

D. Kerangka Berfikir

Kerangka konseptual merupakan kerangka berfikir yang menjadi dasar dalam penelitian yang penulis lakukan. Kerangka konseptual ini menjelaskan pola peneliti secara umum yaitu untuk melihat pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap minat menggunakan produk BSI Outlet kepahiang.

Tabel: 2.1
Kerangka Berfikir



BAB III

BSI OUTLET KEPAHIANG

A. Sejarah Singkat

1. Sejarah BSI

Pada 1 februari 2021 menjadi sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) diresmikan langsung oleh Presiden Joko Widodo. Penggabungan ketiga bank ini merupakan ikhtiar untuk melahirkan bank kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energy baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas, kemudian dengan adanya penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik.⁴⁴

2. Sejarah BSI Outlet Kepahiang

Sejarah BSI Outlet Kepahiang ini sebelumnya bank ini adalah bank BRI Syariah Outlet Kepahiang. PT. BRI Syariah berawal dari akuisisi bank jasa arta oleh bank rakyat Indonesia pada tanggal 19 Desember 2007 dan kemudian diikuti dengan perolehan izin dari Bank Indonesia untuk mengubah kegiatan usaha Bank Jasa Arta dari Bank umum konvensional menjadi bank umum yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syari`ah pada

⁴⁴ <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

tanggal 16 Oktober 2008, maka lahirlah bank umum Syariah yang diberikan nama PT. Bank Syariah BRI (yang kemudian disebut dengan nama BRI Syariah) pada tanggal 17 November 2008.⁴⁵

Pada tanggal 28 Desember 2011 barulah berdirinya kantor cabang BRI Syariah di Provinsi Bengkulu yang diresmikan oleh pemerintah setempat. Setelah melihat segmentasi pasar dan prospek yang baik, bank BRI Syariah kembali membuka jaringan ke daerah Kabupaten Kepahiang yang diberi nama *outlet* BRI Syariah yang didirikan pada tanggal 1 Januari 2013 dan berlokasi di Jalan Merdeka Dusun Kepahiang, Kecamatan Kepahiang, Kabupaten Kepahiang.⁴⁶

B. Visi dan Misi BSI

Adapun visi dan Misi BSI pada umumnya adalah⁴⁷ :

1. Visi

“TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK”

2. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- 2) Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
- 3) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang

⁴⁵ Wawancara kepada pak Asep selaku Unit Head Office BSI Outlet Kepahiang

⁴⁶ Ibid,

⁴⁷ <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> diakses pada tgl 23 Desember 2021

saham

- 4) Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB2)
- 5) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
- 6) Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

Terkait visi dan misi BSI outlet yang ada di Kabupaten Kepahiang dari hasil wawancara peneliti kepada kepala BSI Outlet Kepahiang, demikian juga visi dan misi BSI outlet Kepahiang tidak memiliki perbedaan dikarenakan visi dan misi mengacu kepada BSI secara menyeluruh atau BSI Pusat.⁴⁸

D. Nilai Utama BSI

Hasil wawancara peneliti kepada bapak Asep Setiawan selaku Kepala BSI Outlet Kepahiang bawah Nilai utama dari BSI outlet Kepahiang dan BSI pusat tidak ada perbedaan yaitu AKHLAK yang mana memiliki arti tersendiri⁴⁹.

1. **Amanah** yaitu memegang teguh kepercayaan yang diberikan
2. **Kompeten** yaitu terus belajar dan mengembangkan kapabilitas

⁴⁸ Wawancara kepada Kepala BSI Outlet Kepahiang bapak Asep Setiawan tgl 23 Desember 2021

⁴⁹ Wawancara dan akses website Bank Syariah Indonesia, <http://www.ir-bankbsi.com> tanggal 13/07/2021 jam 23:33 wib.

3. **Harmonis** yaitu saling peduli menghargai perbedaan
4. **Loyal** yaitu berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan Negara
5. **Adaptif** yaitu terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan
6. **Kolaboratif** yaitu membangun kerja sama yang sinergis

E. Tujuan BSI

Tujuan dibentuknya BSI untuk menjadi bank syariah terbesar, menjadi barometer market di Indonesia dan mempunyai daya saing global. kehadiran Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan kemampuan permodalan dan sumber daya yang kuat dinilai dapat menjadi momentum untuk mendorong perkembangan keuangan syariah di Indonesia. BSI yang merupakan hasil merger BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BRI syariah mempunyai infrastruktur yang lengkap dan mempunyai cakupan produk yang lebih variatif. BSI ini terus melakukan berbagai persiapan dan pembenahan dalam rangka membangun fondasi yang kokoh untuk menunjang pertumbuhan ekonomi, untuk mengembangkan pelayanan jaringan BSI melakukan layanan penjualan melalui sinergi dengan Bank Rakyat Indonesia dalam bentuk Unit Pelayanan Syaria`h (UPS) atau unit mikro untuk melayani sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

BSI juga akan mempersiapkan peluncuran produk baru baik pendanaan maupun pembiayaan, yang akan di fokuskan pada segmen UMKM dan konsumen

sesuai dengan visinya yaitu menjadi Bank ritel modern terkemuka dengan layanan financial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan, untuk kebutuhan lebih bermakna.⁵⁰

Dari hasil wawancara peneliti kepada Bapak Asep Setiawan sebagai Kepala Outlet Kepahiang bahwasanya tujuan dari BSI outlet Kepahiang Memiliki perbedaan dengan BSI pusat, adapun tujuan dari BSI Outlet Kepahiang antara lain⁵¹ :

1. Berkontribusi dalam menyumbang CM (kontribusi margin) melalui pembiayaan mikro.
2. Menumbuhkan sektor-sektor usaha UMKM.
3. Meningkatkan pembiayaan sektor usaha melalui prinsip-prinsip syariah

F. Lambang BSI

Setiap perusahaan senantiasa dilengkapi dengan lambang perusahaan, Lambang perusahaan BSI Outlet Kepahiang tidak ada perbedaan dengan BSI pada umumnya yaitu mengacu kepada BSI pusat, hal ini didapat dari hasil wawancara peneliti dan dapat dilihat dari gambar sebagai berikut :

⁵⁰ Ibid.,

⁵¹ Wawancara kepada Kepala BSI Outlet Kepahiang bapak Asep Setiawan tgl 23 Desember 2021

Gambar 3.1
Lembaga PT. BSI

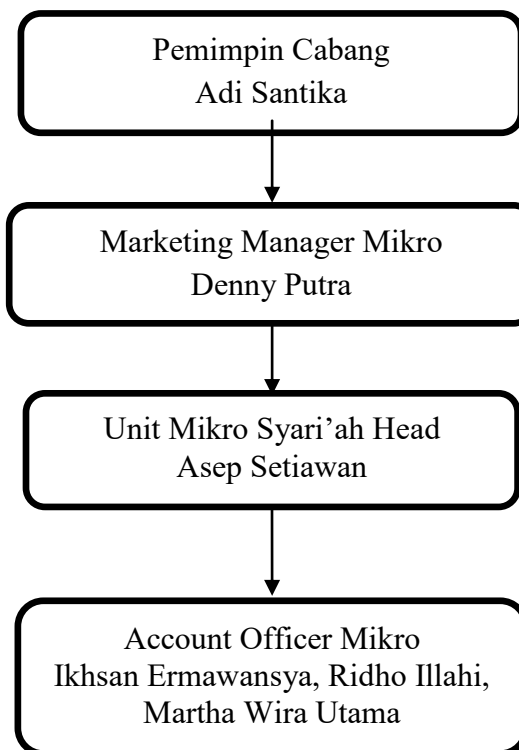


Sumber : Company Profile PT. BSI

G. Struktur BSI Outlet Kepahiang

Gambar 3.2

Struktur Organisasi Outlet BSI Kepahiang



Untuk membantu berhasilnya organisasi tersebut dalam mencapai tujuannya, adapun tugas dari masing-masing dalam struktur organisasi antara lain:⁵²

1. *Pimpinan Cabang* mempersiapkan, mengusulkan, melakukan negosiasi, merevisi rencana kerja dan anggaran (RKA) dalam rangka mencapai target bisnis yang ditetapkan.
2. *Marketing Manager Mikro* menetapkan tujuan dan sasaran jalannya operasional perusahaan dan strategi penjualan kepada konsumen, serta membina bagian pemasaran dan membimbing seluruh karyawan dibagian pemasaran.
3. *Unit Micro Syari`ah Head (UH)*, merencanakan, mengkoordinasikan, dan menyediakan kegiatan unit mikro Syari`ah untuk menjamin tercapainya target anggaran yang ditetapkan secara efektif dan efisien.
4. *Account Officer Mikro (AOM)*, mempersiapkan dan melaksanakan rencana atas account pembiayaan untuk mencapai portofolio pembiayaan yang berkembang, sehat dan menguntungkan serta menjalankan disiplin proses sales, dan bertanggung jawab untuk mempersiapkan, melaksanakan serta menetapkan prioritas pembinaan *account* pembiayaan yang berkembang, sehat dan menguntungkan, melakukan pembinaan terhadap komunitas melalui pelatihan yang terprogram.

⁵² Ibid,

H. Produk BSI

Tidak ubahnya BSI seperti halnya Bank Syariah pada umumnya BSI juga Memiliki produk dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Adapun produk BSI pada umumnya meliputi⁵³:

1. Tabungan
2. Pembiayaan
3. Ivestasi

Berbeda halnya BSI outlet Kepahiang dengan BSI pada umumnya, BSI outlet Kepahiang tidak menyediakan tabungan dan penarikan karena BSI outlet Kepahiang merupakan kantor unit untuk membantu khusus pada penyaluran pembiayaan kepada nasabah. Pembiayaan yang ada pada outlet Kepahiang itu hanya pembiayaan UMKM dengan maksimal Plafond Rp.500juta.

Dalam penyaluran pembiayaan di BSI Outlet Kepahiang ini terdapat pembiayaan KUR. Kredit Usaha Rakyat atau KUR yaitu kredit/pembiayaan modal kerja atau investasi kepada debitur individu/perorangan, badan usaha yang produktif dan layak namun belum memiliki angunan tambahan atau angunan tambahan belum cukup.

BSI Outlet Kepahiang belum memiliki terlalu banyak pilihan jenis KUR karena terkait BSI belum lama diluncurkan. Berbagai KUR di BSI Outlet Kepahiang mengikuti ketentuan BSI Pusat. KUR BSI ini terbagi menjadi 3 yaitu:⁵⁴

⁵³ <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> diakses pada tgl 23 Desember 2021

⁵⁴ Bank Syariah Indonesia, <http://www.ir-bankbsi.com> . tanggal 13/07/2021 jam 23:33 wib

- 1) BSI Usaha Mikro yaitu merupakan jenis KUR BSI multiguna sehingga dapat digunakan sebagai modal kerja, investasi maupun sebagai kredit konsumtif. Artinya selain bisa dipakai guna pengembangan bisnis UMKM, dana KUR BSI jenis ini bisa untuk memenuhi kebutuhan seperti membayar biaya pendidikan.
- 2) BSI KUR Kecil yaitu merupakan jenis KUR dengan mengembangkan bisnis. Dengan kata lain, dana BSI KUR Kecil hanya boleh dipakai untuk modal kerja serta investasi UMKM.
- 3) BSI KUR Petani yaitu merupakan hasil kerja sama antara BSI dan Kementerian Pertanian RI (Kementan) dalam rangka mendorong bisnis bidang pertanian. Dimana BSI KUR Petani tergolong kredit tanpa angunan (KTA).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden merupakan keterangan-keterangan pribadi atau identitas mengenai responden yakni masyarakat (nasabah) *Outlet* BSI Kepahiang. Cara untuk memperoleh profil responden adalah dengan cara membagikan kuesioner dan memberikan pertanyaan-pertanyaan, dimana untuk memperoleh profil responden adalah dengan metode *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Nasabah yang menjadi responden diberikan beberapa pertanyaan dalam bentuk kuesioner dan jawaban-jawaban dari pertanyaan tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel-tabel berikut ini:

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	17	57%
Perempuan	13	43%
Total	30	100

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat 30 responden, dapat diketahui bahwa jumlah

nasabah KUR *Outlet* BSI Kepahiang untuk yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 17 orang (57%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 13 orang (43%)

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Dengan demikian, deskripsi responden berdasarkan tingkat umur adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
20-25 Tahun	-	-
26-35 Tahun	5	16%
36-45 Tahun	14	47%
>46 Tahun	11	37%
Total	30	100

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwasanya tingkat umur dari 30 nasabah KUR *Outlet* BSI Kepahiang menunjukkan bahwa tingkat umur/usia responden di atas 46 tahun sebanyak 11 responden (37%), umur/usia responden 36 tahun s/d 45 tahun sebanyak 14 responden (47%), umur/usia responden 26 tahun s/d 35 tahun sebanyak 5 responden (16%) dan umur/usia 20 tahun s/d 25 tahun tidak ada responden.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Nasabah KUR *Outlet* BSI Kepahiang yang ditentukan sebagai responden memiliki tingkat pendidikan yang berbeda-beda. Pada tabel 4.3

akan disajikan dan diuraikan data responden berdasarkan tingkat pendidikannya.

Tabel 4.3

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
SMP	3	10%
SMA	15	50%
D3	5	17%
S1	7	23%
S2	-	-
S3	-	-
Total	30	100

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui nasabah KUR Outlet BSI Kepahiang yang menjadi responden berdasarkan pendidikan terakhir responden yaitu SMP sebanyak 3 orang (10%), SMA sebanyak 15 orang (50%), D3 sebanyak 5 orang (17%), S1 sebanyak 7 orang (23%).

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Masing-masing nasabah KUR *Outlet* BSI Kepahiang yang menjadi responden memiliki jenis pekerjaan yang berbeda-beda. Berikut adalah tabel data responden berdasarkan jenis pekerjaannya.

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai negeri	6	20%
Wiraswasta	17	57%
Ibu rumah tangga	7	23%
Lainnya	-	-
Total	30	100

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nasabah KUR *Outlet* BSI Kepahiang menunjukkan bahwa berdasarkan pekerjaan pegawai negeri sebanyak 6 orang (20%), wirasawasta sebanyak 17 orang (57%), dan ibu rumah tangga sebanyak 7 orang (23%).

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Sugiono mengatakan bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat

dikumpulkan oleh peneliti.⁴¹ Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *SPSS 22* dan digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut⁴² :

Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ Maka pernyataan tersebut Valid.

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ Maka pernyataan tersebut tidak Valid.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama atau membuat hasil yang konsisten.

Tabel 4.5

Kriteria koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

No	Kriteri	Koefisien Reliabilitas
1	Sangat Reliabilitas	$> 0,900$
2	Reliabilitas	$0,700 - 0,900$
3	Cukup Reliabilitas	$0,400 - 0,699$
4	Kurang Reliabilitas	$0,200 - 0,399$
5	Tidak reliabilitas	$< 0,200$

Sumber : Sugiyono 2014

⁴¹ Sugiono, *Metodologi Penelitian kuantitatif dan kualitatif*, (Alfabeta : Bandung 2014), hlm. 172

⁴² *Ibid*, hal 179

1) Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X1)

Dari hasil pengujian data validitas yang dilakukan penulis terhadap variabel kepercayaan (Variabel X1) semuanya dinyatakan valid. Kesimpulan ini diperoleh dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dari hasil perbandingan tersebut ternyata $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dinyatakan valid.

Tabel 4.6

Hasil Pengujian Validitas terhadap Variabel Kepercayaan (X1)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.420	0.361	Valid
2	0.584	0.361	Valid
3	0.390	0.361	Valid
4	0.363	0.361	Valid
5	0.563	0.361	Valid
6	0.493	0.361	Valid
7	0.668	0.361	Valid
8	0.365	0.361	Valid
9	0.762	0.361	Valid
10	0.691	0.361	Valid

Dari data tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa r_{hitung} tiap-tiap butir pertanyaan variabel Kepercayaan (X1) lebih besar dari r_{tabel} artinya semua butir pertanyaan yang ada dalam variabel Kepercayaan (X1) dinyatakan valid.

Tabel 4.7

Hasil pengujian Reliabilitas terhadap Variabel Kepercayaan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	10

Sumber : Pengolahan data SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.7 diatas diketahui bahwa alpha sebesar 0,686.

Berdasarkan kemantapan ukuran alpha (Tabel 4.8). Variabel Kepercayaan (X1) dinyatakan cukup reliabel karena $0,400 < 0,686 < 0,699$. Nilai reliabel (*alpha*) lebih besar dari tingkat reliabel menurut tabel (Sugiyono 2014) yaitu antara 0,400 dan 0,699.

2) Uji Validitas dan Reliabilitas Kemudahan (X2)

Dari hasil pengujian data validitas yang dilakukan penulis terhadap variabel Kemudahan (Variabel X2) semuanya dinyatakan valid. Kesimpulan ini diperoleh dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dari hasil perbandingan tersebut ternyata $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dinyatakan valid

Tabel 4.8

Hasil Pengujian Validitas terhadap Variabel Kemudahan (X2).

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.364	0.361	Valid
2	0.482	0.361	Valid
3	0.373	0.361	Valid
4	0.367	0.361	Valid
5	0.490	0.361	Valid
6	0.445	0.361	Valid
7	0.364	0.361	Valid
8	0.444	0.361	Valid
9	0.714	0.361	Valid
10	0.600	0.361	Valid

Sumber : pengolahan data SPSS 22

Dari data tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa r_{hitung} tiap-tiap butir pertanyaan variabel Kemudahan (X2) lebih besar dari r_{tabel} artinya semua butir pertanyaan yang ada dalam variabel Kemudahan (X2) dinyatakan valid.

Tabel 4.9

Hasil pengujian Reliabilitas terhadap Variabel Kemudahan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.453	10

Sumber : pengolahan data SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.9 diatas diketahui bahwa alpha sebesar 0,453.

Berdasarkan kemantapan ukuran alpha (Tabel 4.8). Variabel

Kemudahan (X2) dinyatakan cukup reliabel karena $0,400 < 0,453 < 0,699$. Nilai reliabel (*alpha*) lebih besar dari tingkat reliabel menurut tabel (Sugiyono 2014) yaitu antara 0,400 dan 0,699.

3) Uji Validitas dan Reliabilitas Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y)

Dari hasil pengujian data validitas yang dilakukan penulis terhadap variabel Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Variabel Y) semuanya dinyatakan valid. Kesimpulan ini diperoleh dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dari hasil perbandingan tersebut ternyata $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dinyatakan valid.

Tabel 4.10

Hasil Pengujian Validitas terhadap Variabel Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.569	0.361	Valid
2	0.667	0.361	Valid
3	0.384	0.361	Valid
4	0.370	0.361	Valid
5	0.428	0.361	Valid
6	0.738	0.361	Valid
7	0.372	0.361	Valid
8	0.629	0.361	Valid
9	0.535	0.361	Valid
10	0.440	0.361	Valid

Sumber : pengolahan data SPSS 22

Dari data tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa r hitung tiap-tiap butir pertanyaan variabel Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y) lebih besar dari rtabel artinya semua butir pertanyaan yang ada dalam variabel Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y) dinyatakan valid.

Tabel 4.11

Hasil Pengujian Validitas terhadap Variabel Penggunaan Produk

KUR BSI Outlet Kepahiang (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.539	10

Sumber : pengolahan data SPSS 2

Berdasarkan tabel 4.11 diatas diketahui bahwa alpha sebesar 0,539. Berdasarkan kemantapan ukuran alpha (Tabel 4.11). Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y) dinyatakan cukup reliabel karena $0.400 < 0.539 < 0.699$. Nilai reliabel (*alpha*) lebih besar dari tingkat reliabel menurut tabel (Sugiyono 2014) yaitu antara 0.400 dan 0.699.

b. Regresi Linier Berganda

Tabel 4.12 Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	59.105	18.136		3.259	.003
	x1	.493	.243	.383	2.033	.052
	x2	-.403	.208	-.366	-1.941	.063

a. Dependent Variable: y

Sumber : Pengolahan data SPSS 22

Dari persamaan di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y = Penggunaan Produk KUR BSI Outlet

B₀ = Konstanta

β₁ = Standar koefisien regresi linier dari kepercayaan

β₂ = Standar koefisien regresi linier dari kemudahan

X₁ = Kepercayaan

X₂ = Kemudahan

Sehingga dapat di peroleh persamaan regresinya

$$Y = 59.105 + 0.493 + (-0.403)$$

$$Y = 59.105 + 0.493 - 0.403$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan:

Konstanta sebesar 59.105, artinya jika kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) nilainya 0, maka penggunaan Produk KUR BSI (Y) nilainya adalah 59.105.

Koefisien regresi variabel Kepercayaan (X1) sebesar 0.493, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Kepercayaan (X1) mengalami kenaikan 1% maka penggunaan Produk KUR BSI (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.493. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kepercayaan dengan penggunaan Produk KUR BSI, semakin naik kepercayaan semakin meningkat penggunaan Produk KUR BSI.

Koefisien regresi variabel Kemudahan (X2) sebesar -0.403, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Kemudahan mengalami kenaikan 1%, maka penggunaan Produk KUR BSI (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0.403. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara Kemudahan dengan penggunaan Produk KUR BSI, semakin naik Kemudahan maka semakin turun penggunaan Produk KUR BSI.

c. Uji Determinasi

Uji Determinasi dimaksud untuk menghitung koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi untuk variabel bebas dari

dua digunakan nilai *adjusted R square* untuk mengetahui signifikansi pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap penggunaan Produk KUR BSI outlet kepahiang. Menurut Andi pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:⁴³

0,00 - 0,199	= sangat rendah
0,20 - 0,399	= rendah
0,40 - 0,599	= sedang
0,60 - 0,799	= kuat
0,80 - 1,000	= sangat kuat

Tabel 4.13

Uji Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.419 ^a	.176	.114	9.525

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh nilai r sebesar 0,419. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sedang antara kepercayaan dan kemudahan terhadap penggunaan produk KUR BSI outlet kepahiang.

⁴³ Andi, *Model Penelitian Dan Pengelolannya Dengan SPSS 22 14*. Wahana Komputer (Yogyakarta:2006), hlm. 45

Pada Tabel *Correlations* dan *Model Summary* 0,419 Karena nilai r berkisar 0,60-0,799 dan nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,176. Nilai R Square 0,176 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu $0,419 \times 0,419 = 0,176$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,176 atau sama dengan 17,6%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel penggunaan Produk KUR BSI Outlet kepahiang (Y) sebesar 17,6%.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji prasyaratan analisis atau uji asumsi klasik.

- a) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0.05 maka data penelitian berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0.05 maka data penelitian tidak distribusi normal.

Tabel: 4.14 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal	Mean	.0000000

Parameters ^a	Std.	9.19072000
, ^b	Deviation	
Most	Absolute	.094
Extreme	Positive	.094
Differences	Negative	-.085
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa uji normalitas *kepercayaan dan kemudahan terhadap penggunaan Produk KUR BSI* diperoleh nilai yang signifikan yaitu 0,200 lebih besar dari 0,05. Sehingga *kepercayaan dan kemudahan terhadap penggunaan Produk KUR BSI* dinyatakan berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan bagian dari uji asumsi klasik tujuan digunakan uji ini dalam penelitian adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antara variabel bebas atau variabel independent.

Berdasarkan Nilai Tolerance

- a) Jika nilai tolerance lebih besar dari 0.10 maka artinya tidak terjadi Multikolinieritas dalam model regresi.

b) Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0.10 maka artinya terjadi Multikolineritas dalam model regresi.

Berdasarkan Nilai VIF (Variance Inflation Factor)

a) Jika nilai VIF < 10.00 maka artinya tidak terjadi Multikolineritas dalam model regresi.

b) Jika nilai VIF > 10.00 maka artinya terjadi Multikolineritas dalam model regresi.

Tabel 4.15

Uji Multikolineritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	59.105	18.136		3.259	.003		
x1	.493	.243	.383	2.033	.052	.859	1.164
x2	-.403	.208	-.366	-1.941	.063	.859	1.164

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai tolerance untuk variabel Kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) adalah 0.859 lebih besar dari 0.10. Sementara, nilai VIF untuk variabel Kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) adalah $1.164 < 10.00$. Maka mengacu pada dasar

pengambilan keputusan dalam uji Multikolineritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolineritas dalam model regresi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari nilai residual satu pengamatan kepengamatan lain. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut.

a) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0.05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

b) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0.05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4.16

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.142	8.987		.016	.988
x1	-.032	.120	-.053	-.264	.794
x2	.139	.103	.271	1.349	.189

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikansi variabel Kepercayaan (X1) adalah $0.794 >$ dari 0.05 . Sementara, nilai Kemudahan (X2) adalah $0.189 > 0.05$. Karena nilai signifikansi kedua variabel diatas lebih besar dari 0.05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

4) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan sebuah analisis statistic yang dilakukan untuk mengetahui adakah kolerasi variabel yang ada dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Uji Autokorelasi di dalam model regresi linier harus dilakukan apabila data merupakan data time series atau runtut waktu.

Metode pengujian yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah uji autokorelasi dengan uji durbin-watson (uji DW) dengan ketentuam atau dasar pengambilan keputusan sebagian berikut.

- a) Jika d (durbin watson) lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b) Jika d (durbin watson) terletak antara dU dan $(4-dU)$ maka hipotesis nol diteima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- c) Jika d (durbin watson) terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Tabel 4.17

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.419 ^a	.176	.114	9.525	2.577

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel di atas nilai durbin Watson 2.577 dengan level signifikansi 5% dengan rumus $(k ; N)$. Adapun jumlah variabel independen 2 ($k=2$), jumlah sampel 30 ($N=30$), maka $(k ; N) = (2 ; 30)$. Angka ini kita lihat pada distribusi nilai tabel Durbin Watson. Maka ditemukan nilai dL sebesar 1.284 dan dU sebesar 1.567. Nilai Durbin Watson 2.577 lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1.567 dan kurang dari $(4-dU) 4-1567 = 2.443$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

e. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Caranya dengan menggunakan pengujian terhadap koefisien regresi setiap variabel bebas dengan menggunakan uji t. Dengan *level of significant* 95% atau $\alpha = 0,05$, maka kriteria pengujian sebagai berikut :

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu : Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.18. Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	59.105	18.136		3.259	.003
	x1	.493	.243	.383	2.033	.052
	x2	-.403	.208	-.366	-1.941	.063

a. Dependent Variable: y

Sumber : Pengolahan data SPSS 22

1) Uji t parsial (uji t pertama Kepercayaan X1)

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel Kepercayaan (X1) adalah sebesar 0,052. Karena nilai probabilitas

sig. 0,052 > probabilitas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya ada pengaruh Kepercayaan (X_1) terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).

2) Uji t parsial (uji t kedua Kemudahan X_2)

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel Kemudahan (X_2) adalah sebesar 0,063. Karena nilai probabilitas sig. 0,063 > probabilitas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya ada pengaruh Kemudahan (X_2) terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).

f. Uji simultan (Uji F/ Anova)

Uji F (Anova) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (kepercayaan dan kemudahan) secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang). Dengan tingkat keyakinan 95% atau $\alpha = 0,05$, maka kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti bahwa kepercayaan (X_1) dan kemudahan (X_2) secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti bahwa semangat kerja (X_1) dan disiplin kerja (X_2) secara simultan mempunyai

pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet

Kepahiang (Y). Menggunakan rumus Distribusi F tabel yaitu:

$$df(n_2) = n - k$$

$$F \text{ tabel} = (k; n - k)$$

$$= (2; 30 - 2)$$

$$= (2; 28)$$

Tabel 4.19

Uji simultan (Uji F/ Anova)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	521.589	2	260.795	2.875	.074 ^b
	Residual	2449.611	27	90.726		
	Total	2971.200	29			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber : Pengolahan data SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.19. Diatas, diketahui nilai F hitung adalah sebesar 2.875. Karena F hitung $2.875 < 3.34$. Maka sebagian dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak Dan H_1 diterima. Dengan kata lain Kepercayaan (X1) dan

Kemudahan (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).

C. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di BSI Outlet Kepahiang. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh signifikan pada kepercayaan dan kemudahan terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang. Penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling*, jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 30 orang yang merupakan nasabah BSI Outlet Kepahiang.

Regresi linier berganda memperoleh persamaan yaitu $Y=59.105+0.493X_1-0.403X_2$ dimana Konstanta sebesar 59.105, artinya jika kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) nilainya 0, maka penggunaan Produk KUR BSI (Y) nilainya adalah 59.105. Koefisien regresi variabel Kepercayaan (X1) sebesar 0.493, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Kepercayaan (X1) mengalami kenaikan 1% maka penggunaan Produk KUR BSI (Y) maka mengalami peningkatan sebesar 0.493. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kepercayaan dengan penggunaan Produk KUR BSI, semakin naik kepercayaan semakin meningkat penggunaan Produk KUR BSI. Selanjutnya koefisien regresi variabel Kemudahan (X2) sebesar -0.403, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Kemudahan mengalami kenaikan 1%, maka penggunaan Produk KUR BSI (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0.403. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara Kemudahan dengan penggunaan Produk KUR BSI,

semakin naik Kemudahan maka semakin turun penggunaan Produk KUR BSI. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian menurut Azizah Khoirun Nisa (2018) dimana mengatakan bahwa Variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara online dan Variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara online.

Berdasarkan Uji validitas variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), dan Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y) dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel. Pada Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X1) dinyatakan cukup reliabel dengan nilai 0,686 berkisar 0,400 - 0,699, Variabel Kemudahan (X2) dinyatakan cukup reliabel dengan nilai 0,453 berkisar 0,400 - 0,699 dan Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y) dinyatakan cukup reliabel karena $0.400 < 0.539 < 0.699$.

Pada Uji t untuk mengetahui adanya Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang digunakan uji statistik t (uji t) dengan *level of significant* 95% atau $\alpha = 0,05$, maka kriteria pengujian apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji t Parsial pertama kali dilakukan pada Kepercayaan (X1) dimana pada

tabel 4.16 diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel Kepercayaan (X1) adalah sebesar 0,052. Karena nilai probabilitas sig. 0,052 > probabilitas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak. Artinya ada pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y). Sedangkan uji t parsial yang kedua dilakukan pada Kemudahan (X2) dimana nilai signifikansi (Sig) variabel Kemudahan (X2) adalah sebesar 0,063. Karena nilai probabilitas sig. 0,063 > probabilitas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak. Artinya ada pengaruh Kemudahan (X2) terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).

Untuk uji simultan atau uji F/Anova dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (kepercayaan dan kemudahan) secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang). Dengan tingkat keyakinan 95% atau $\alpha = 0,05$, maka kriteria pengujian Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti bahwa kepercayaan (X1) dan kemudahan (X2) secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y) dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti bahwa semangat kerja (X1) dan disiplin kerja (X2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y). Berdasarkan tabel 4.19. Diketahui nilai F hitung adalah sebesar 2.875. Karena F hitung 2.875 < 3.34, maka sebagian dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa Ha diterima Dan H0 ditolak. Dengan kata lain Kepercayaan

(X1) dan Kemudahan (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian tentang Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang, maka penelitian ini memberikan kesimpulan.

1. Berdasarkan hasil Uji t Parsial dilakukan pada Kepercayaan (X1) diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel Kepercayaan (X1) adalah sebesar 0,052. Karena nilai probabilitas sig. 0,052 > probabilitas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak. Artinya ada pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).
2. Sedangkan uji t parsial dilakukan pada Kemudahan (X2) dimana nilai signifikansi (Sig) variabel Kemudahan (X2) adalah sebesar 0,063. Karena nilai probabilitas sig. 0,063 > probabilitas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak. Artinya ada pengaruh Kemudahan (X2) terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).
3. Berdasarkan hasil Uji F Anova secara bersama –sama Kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) terhadap Penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y) dengan nilai F hitung adalah sebesar 2.875. Karena F

hitung $2.875 < 3.34$, maka sebagian dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa H_a diterima Dan H_0 ditolak. Dengan kata lain Kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap penggunaan Produk KUR BSI Outlet Kepahiang (Y).

B. Saran

Penelitian di masa mendatang diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih baik lagi dengan adanya beberapa saran mengenai beberapa hal diantaranya:

1. Bagi Nasabah

Dalam kegiatan kerjasama dengan Bank BSI Outlet Kepahiang khususnya, diharapkan para nasabah mengenali produk yang ada pada BSI Outlet Kepahiang baik dari Kepercayaan nasabah dalam memudahkan atau kemudahan dalam minat menggunakan produk BSI Outlet Kepahiang.

2. Bagi Pihak Bank BSI Outlet Kepahiang

Sebaiknya pihak BSI Outlet Kepahiang memberikan informasi yang lebih jelas mengenai minat menggunakan produk BSI Outlet Kepahiang baik secara Kepercayaan dan Kemudahan para nasabah minat menggunakan produk BSI Outlet Kepahiang.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian dapat menumbuhkan semangat agar dapat ikut berperan dalam proses peningkatan Kepercayaan dan Kemudahan dalam minat menggunakan produk BSI Outlet Kepahiang kepada nasabah atau masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, 2006. *10 Model Penelitian dan Pengelohannya dengan SPSS 14*. Yogyakarta. Wahana Komputer.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Djamarah. 2008. *Psikologi Belajar*. Jakarta: RIneka Cipta.
- Ghozali, I. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler, P. & Keller, K. L, 2008. *Manajemen Pemasaran (diterjemahkan Benjamin Molan)*.12 ed. Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- Prasaranphanich, 2007. *Prilaku Konsumen, Analisis Model Kepuasan*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media)
- Riduwan & akdon, 2008. *Rumus dan data dalam aplikasi statistik*. Bandung: ALFABETA.
- Rodoni, Ahmad. 2008. *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soemitra, Andri. 2014. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prena Media.
- Surdayana, Bambang. 2017. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Surdayana, Bambang. 2017. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

- Slameto, 2010. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta
- W.J.S Poerwandarminta. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Maria Tika Sanjani. 2019. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu Menggunakan Internet Banking*. Bengkulu: IAIN Bengkulu.
- Khoirunisa, Evani. 2017. *Pengaruh Penggunaan E-Banking Kepercayaan (Trust), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta*. Skripsi Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga. (Dipublikasikan).
- Nisa , Azizah Khoirun. 2018. *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Negeri Raden Intan Lampung. (Dipublikasikan).
- Pamungkas, Sindi. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Money T-Cash Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Surakarta*. Skripsi Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri Surakarta. (Dipublikasikan).
- Wahyu, Muhamad Ramadhan. 2019. *Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Resiko, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank BNI 46 Syariah*. Skripsi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Eknm Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. (Dipublikasikan)
- Wahyuningsi, Sri Ambar. 2019. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Kemanfaatan Dan Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Mahasiswa Program Studi

Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri Salatiga. (Dpublikasikan).

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>

<http://www.bankbsi.co.id/>

Otoritas Jasa Keuangan , Perbankan Syariah, <http://www.ojk.go.id>

Bank Syariah Indonesia, <http://www.ir-bankbsi.com>

Kamus besar bahasa indonesia, <http://kbbi.web.id/minat.html>, tanggal 14/06/2021,

Distribusi Nilai r_{tabel}
Signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

REGRESI LINIER BERGANDA

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT minat_prduk_BSI
/METHOD=ENTER kepercayaan kemudahan
    
```

Regression

		Notes	
Output Created			12-AUG-2021 14:54:47
Comments			
Input	Active Dataset	DataSet0	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		30
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.	
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT minat_prduk_BSI /METHOD=ENTER kepercayaan kemudahan.	
Resources	Processor Time		00:00:00,02
	Elapsed Time		00:00:00,02
	Memory Required	1636 bytes	
	Additional Memory		
	Required for Residual	0 bytes	
	Plots		

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x2, x1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.419 ^a	.176	.114	9.525

a. Predictors: (Constant), x2, x1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	521.589	2	260.795	2.875	.074 ^b
	Residual	2449.611	27	90.726		
	Total	2971.200	29			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	59.105	18.136		3.259	.003
	x1	.493	.243	.383	2.033	.052
	x2	-.403	.208	-.366	-1.941	.063

a. Dependent Variable: y

RELIABILITY X2

```

RELIABILITY
/VARIABLES=item_1 item_2 item_3 item_4 item_5 item_6 item_7 item_8 item_9 item_10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Reliability

Notes	
Output Created	07-SEP-2021 18:53:24
Comments	
Input	Active Dataset DataSet0 Filter <none> Weight <none> Split File <none> N of Rows in Working Data File 30 Matrix Input
Missing Value Handling	Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing. Cases Used Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=item_1 item_2 item_3 item_4 item_5 item_6 item_7 item_8 item_9 item_10 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time 00:00:00,00 Elapsed Time 00:00:00,02

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.453	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	31.47	19.223	.172	.432
item_2	31.53	17.499	.274	.395
item_3	33.57	18.737	.177	.429
item_4	33.13	19.844	-.063	.533
item_5	30.90	18.921	.392	.400
item_6	31.30	18.286	.275	.403
item_7	32.77	21.289	-.165	.565
item_8	31.67	18.092	.253	.406
item_9	31.87	13.982	.511	.271
item_10	31.90	15.266	.341	.354

RELIABILITY (X1)

```
RELIABILITY
/VARIABLES=item_1 item_2 item_3 item_4 item_5 item_6 item_7 item_8 item_9 item_10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes

Output Created	13-AUG-2021 15:39:44	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=item_1 item_2 item_3 item_4 item_5 item_6 item_7 item_8 item_9 item_10 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,05

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	31.40	13.421	.225	.686
item_2	31.30	12.286	.413	.649
item_3	34.30	14.217	.056	.724
item_4	31.30	14.010	.203	.685
item_5	31.07	13.513	.467	.652
item_6	31.13	13.430	.357	.662
item_7	31.17	12.557	.564	.630
item_8	31.37	13.964	.169	.693
item_9	34.07	10.754	.629	.596
item_10	33.90	11.541	.548	.619

RELIABILITY Y

```
RELIABILITY
/VARIABLES=item_1 item_2 item_3 item_4 item_5 item_6 item_7 item_8 item_9 item_10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes

Output Created		13-AUG-2021 15:45:29	
Comments			
Input	Active Dataset	DataSet0	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		30
	Matrix Input		
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.	
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=item_1 item_2 item_3 item_4 item_5 item_6 item_7 item_8 item_9 item_10 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time	00:00:00,02	
	Elapsed Time	00:00:00,01	

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.539	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	28.73	21.306	.474	.465
item_2	28.73	20.133	.541	.438
item_3	31.27	23.099	.234	.515
item_4	29.80	24.855	-.085	.615
item_5	28.60	22.662	.277	.506
item_6	28.40	20.455	.655	.432
item_7	29.60	24.317	-.056	.612
item_8	29.00	20.414	.492	.449
item_9	30.53	19.775	.276	.500
item_10	30.53	21.085	.142	.553

Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

item_5	Pearson Correlation	.100	.195	-.119	.041	1	.484**	.440*	.425*	.238	.500**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.598	.301	.530	.828		.007	.015	.019	.206	.005	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearson Correlation	.049	-.056	.008	.093	.484**	1	.435*	.307	.318	.239	.493**
	Sig. (2-tailed)	.799	.769	.967	.625	.007		.016	.099	.087	.204	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_8	Pearson Correlation	.265	.290	.089	.123	.440*	.435*	1	.475**	.352	.223	.668**
	Sig. (2-tailed)	.158	.120	.642	.518	.015	.016		.008	.056	.236	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_9	Pearson Correlation	-.189	.092	-.312	-.227	.425*	.307	.475**	1	.276	.220	.365
	Sig. (2-tailed)	.317	.629	.093	.228	.019	.099	.008		.139	.243	.057
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_10	Pearson Correlation	.054	.322	.375*	.133	.238	.318	.352	.276	1	.655**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.778	.083	.041	.484	.206	.087	.056	.139		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	-.055	.310	.371*	-.026	.500**	.239	.223	.220	.655**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.773	.095	.044	.891	.005	.204	.236	.243	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00001	Pearson Correlation	.420*	.584**	.290	.363*	.563**	.493**	.668**	.351	.762**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.021	.001	.120	.049	.001	.006	.000	.057	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

VALIDITAS X2

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=item_1 item_2 item_3 item_4 item_5 item_7 item_8 item_9 item_10 skor_total VAR00001
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

Notes		
Output Created		13-AUG-2021 15:22:55
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=item_1 item_2 item_3 item_4 item_5 item_7 item_8 item_9 item_10 skor_total VAR00001 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00,05
	Elapsed Time	00:00:00,05

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_7	item_8	item_9	item_10	skor total	VAR00001
item_1	Pearson Correlation	1	.640**	.091	-.099	.314	.307	-.169	-.031	.060	-.091	.364
	Sig. (2-tailed)		.000	.634	.603	.091	.099	.373	.869	.754	.634	.066
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearson Correlation	.640**	1	.171	-.078	.316	.437*	-.184	.239	.007	.030	.482**
	Sig. (2-tailed)	.000		.367	.684	.089	.016	.332	.203	.970	.874	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	Pearson Correlation	.091	.171	1	.153	.133	-.252	-.159	.190	.186	.154	.373*
	Sig. (2-tailed)	.634	.367		.420	.483	.180	.401	.315	.324	.418	.042
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	Pearson Correlation	-.099	-.078	.153	1	.191	.070	-.165	-.118	-.037	-.028	.367

	Sig. (2-tailed)	.603	.684	.420		.312	.712	.384	.534	.846	.882	.183
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pearson Correlation	.314	.316	.133	.191	1	.484**	-.275	.329	.230	.030	.490**
	Sig. (2-tailed)	.091	.089	.483	.312		.007	.141	.076	.220	.877	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearson Correlation	.307	.437*	-.252	.070	.484**	1	-.156	.033	.157	.214	.445*
	Sig. (2-tailed)	.099	.016	.180	.712	.007		.410	.862	.408	.256	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_8	Pearson Correlation	-.169	-.184	-.159	-.165	-.275	-.156	1	.141	.114	-.035	.364
	Sig. (2-tailed)	.373	.332	.401	.384	.141	.410		.457	.550	.853	.483
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_9	Pearson Correlation	-.031	.239	.190	-.118	.329	.033	.141	1	.239	.076	.444*
	Sig. (2-tailed)	.869	.203	.315	.534	.076	.862	.457		.203	.691	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_10	Pearson Correlation	.060	.007	.186	-.037	.230	.157	.114	.239	1	.762**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.754	.970	.324	.846	.220	.408	.550	.203		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	-.091	.030	.154	-.028	.030	.214	-.035	.076	.762**	1	.600**
	Sig. (2-tailed)	.634	.874	.418	.882	.877	.256	.853	.691	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00001	Pearson Correlation	.339	.482**	.373*	.250	.490**	.445*	.133	.444*	.714**	.600**	1
	Sig. (2-tailed)	.066	.007	.042	.183	.006	.014	.483	.014	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

	Sig. (2-tailed)	.718	.892	.318	.212		.195	.029	.017	.002	.013	.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearson Correlation	.444*	.578**	.142	.161	.243	1	.266	.345	.296	.222	.738**
	Sig. (2-tailed)	.014	.001	.454	.395	.195		.155	.062	.113	.239	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_8	Pearson Correlation	.305	.217	-.035	.703**	-.399*	.266	1	.178	-.523**	-.599**	.372
	Sig. (2-tailed)	.101	.250	.855	.000	.029	.155		.346	.003	.000	.218
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_9	Pearson Correlation	.147	.205	.096	.077	.432*	.345	.178	1	.329	.219	.629**
	Sig. (2-tailed)	.437	.277	.613	.684	.017	.062	.346		.076	.246	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_10	Pearson Correlation	.041	.085	.276	-.619**	.532**	.296	-.523**	.329	1	.957**	.535**
	Sig. (2-tailed)	.829	.654	.140	.000	.002	.113	.003	.076		.000	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	-.014	.080	.260	-.678**	.450*	.222	-.599**	.219	.957**	1	.440*
	Sig. (2-tailed)	.941	.673	.165	.000	.013	.239	.000	.246	.000		.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00001	Pearson Correlation	.596**	.667**	.384*	.191	.428*	.738**	.232	.629**	.535**	.440*	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.036	.311	.018	.000	.218	.000	.002	.015	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).